

Atelier 1 - Synthèse : par Monsieur Thomas FURDIN, Responsable Service Jeunesse et sport du Conseil
Départemental de la Meuse

Activités loisirs de pleine nature & mise en tourisme

Un réseau à fortifier pour révéler, structurer, promouvoir et vendre une offre « verte » attendue par les visiteurs et touristes
Animé par : M. FRADET, Président du Canoë Kayak du pays Sedanais et M. DAUMAS, Directeur du CDOS

Le développement de la pratique loisir : Intervention de Fabrice Fradet, Président du Canoë-Kayak du Pays Sedanais :

Le club de canoë-kayak propose des activités multiples dédiées aux jeunes, aux sports loisirs, au sport performance, aux activités estivales, ...
Une association qui s'appuie sur des fonds publics (50% du budget). Une politique associative qui cherche à limiter le coût pour les pratiquants.
Deux bases nautiques à Sedan et Donchery.

Un territoire particulier qui dispose d'une richesse environnementale et patrimoniale, à proximité de la Belgique. Des aspirations naturelles pour développer l'offre touristique sur le secteur. Une proximité de la Belgique qui peut être défavorable pour le territoire...

Une stratégie de développement et une nouvelle structuration pour développer les partenariats

Un modèle économique en cours de transition pour développer des nouvelles activités de pleine nature. Une stratégie élaborée autour d'un projet structurant 'Voie Bleue' travaillé en lien avec les collectivités.

Cette stratégie s'appuie sur une offre destinée aux groupes (animations encadrées, de qualité).

La voie bleue : Un parcours, un thème

- Découverte du milieu naturel (7 parcours)
- Découverte du patrimoine fluvial (2 parcours)
- Histoire et patrimoine (3 parcours)
- Sport et bien être (1 parcours)

Ces parcours sont matérialisés par de la signalétique, des points d'amarrage, des aires de repos, ...

Une démarche proposée aux acteurs des territoires (ex : présentation du projet au Conseil départemental).
Au-delà des acteurs locaux, le dialogue avec les publics est essentiel pour prendre en compte les attentes, suivre les envies des clients. Des formules sont proposées pour faire des balades encadrées de 1h, 2h, d'une demi-journée voire d'une journée.

La mise en relation se fait via le site web, le téléphone ou en direct. Une phase de dialogue est essentielle pour préparer la venue des groupes et gérer l'activité jusqu'à l'encaissement.

Une volonté d'afficher une certaine structuration de l'association, en effaçant quelque peu le statut associatif pour laisser une place importante à l'offre de location. Cette approche est intégrée dans tous les moyens de communication (site web, réseaux sociaux, site de réservation,...).

Des animations et des activités innovantes proposées aux publics

Une valorisation de la base nautique pour diversifier encore davantage les activités familiales et redonner un aspect convivial qui attire le public.

Des partenariats innovants (ex : o²Sports) pour proposer de nouvelles animations (Escape Game, chasse aux trésors,...) et coordonner les interventions des acteurs. Ces partenariats permettent également de mutualiser les ressources en matière de logistique.

Le développement des Rand'Eau Meuse qui bénéficient du label éco' Tourisme ou l'organisation de nocturnes en association avec des producteurs locaux, des musiciens.

La collectivité est mobilisée comme maître d'ouvrage des opérations d'investissement proposées par le club (200 000 € d'investissement versés par la CC des Portes du Luxembourg).

En terme de réglementation, le club dispose d'une assurance sur les sorties encadrées et mobilise l'assurance de ses partenaires pour des actions plus atypiques.

Une gestion simplifiée des réservations qui incite à développer de nouveaux services

Les activités sont proposées par le biais de la plateforme de réservation et d'encaissement en ligne Elloha. Cette plateforme n'est pas utilisée comme outil promotionnel mais uniquement pour finaliser la demande de réservation.

Cet outil peut aussi amener les associations à développer des services en plus (boissons fraîches,...) pour se distinguer d'un marché concurrentiel. Des liens vers d'autres prestations membres et référencées dans le réseau Elloha sont possibles depuis la plateforme. 1/3 des réservations se font par le biais de cette plateforme.

Une exploitation des données collectées est possible pour suivre l'activité du club et les réservations (export Excel,...).

Des liens avec les autres offres présentes sur le territoire sont à conforter dans une démarche globale, de marketing territorial. L'ensemble des acteurs locaux pourraient être associés pour permettre la découverte d'un patrimoine, d'une gastronomie,... L'objectif est de démultiplier les expériences en orientant les touristes vers d'autres prestations et en structurant un réseau d'acteurs, qui se connaissent.

Deux idées différentes de « package » se dégagent : Proposées aux touristes ? Définies de A-Z par les touristes ?

Les sports de nature en Meuse : Intervention de Jérémie Daumas, Directeur du CDOS de la Meuse

Le positionnement des associations sportives dans un marché concurrentiel peut être parfois compliqué, notamment lorsqu'il s'agit de s'associer pour développer un package d'offre touristique.

45% des clubs meusiens sont des sports de nature, ce qui représente 43% des licenciés (20 200 licenciés).

Un référencement des activités et des associations sportives qui vient se connecter aux supports développés dans le cadre de la promotion de l'offre touristique (exemple des topoguides où des offres multiples sont proposées).

Au-delà, des outils de communication peuvent être développés sous l'angle du sport de nature (exemple de l'escalade) afin de valoriser les territoires et de donner envie aux touristes de s'essayer à une pratique sportive et de découvrir un patrimoine. Une mutualisation des moyens et des approches au service des territoires.

Diffusion d'un extrait vidéo issu du document « Enquête de Sport »

L'exemple du projet porté autour de la pratique de l'escalade avec l'association sportive du bastion de la grimpe dans le nord meusien et plus précisément à Stenay (Section Sportive Scolaire) et Montmédy (Citadelle).

80 à 90 jeunes licenciés au sein d'une association qui se trouve à la croisée de différentes approches : tourisme, sport, jeunesse, éducation, loisirs, patrimoine, Mémoire,... Un club qui contribue à l'attractivité du territoire et une démarche qui permet aux plus jeunes de tisser un lien fort avec ce territoire. Un rôle d'ambassadeur.

L'enjeu est ici d'identifier les associations sportives comme des acteurs de plus dans le paysage touristique pour accompagner et encadrer les publics sur des activités mais aussi pour proposer des projets de territoire, qui les associent à d'autres acteurs.

Il s'agit de développer l'information et la communication sur ces pratiques sportives libres à tous mais qui peuvent exiger un encadrement particulier (diplômes fédéraux, diplômes d'Etat,...). Pour ce faire, le lien entre associations sportives et offices de tourisme doit être renforcé pour que les publics soient bien informés et orientés.

Les associations qu'elles soient sportives ou environnementales ne se positionnent pas dans la même dynamique que les acteurs du tourisme. Les sorties proposées sont très souvent peu coûteuses car l'ambition est d'attirer de nouveaux licenciés plus que nouveaux clients. Ceci peut pénaliser les territoires d'un certain point de vue.

A noter enfin qu'il n'y a pas que les activités sportives de pleine nature. Certaines activités se veulent accessibles à tous et notamment aux familles (ex : Labyrinthe de Maïs,...) et s'intègrent également à un réseau d'acteurs.